

## ABSTRAK

Indah Ayu Puspita Sari 2024 "Analisis strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional Dikotagajah lampung tengah Skripsi Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Metro. Pembimbing (1) Dr. H. Febriyanto, S.E., M.M Pembimbing (2) H. Suryadi, S.E., M.M.

Dalam mencapai strategi pemasaran yang tepat dan terbaik untuk di terapkan, salah satunya perusahaan dapat melihat dari faktor bauran pemasaran. Hal tersebut penting karena bauran pemasaran merupakan salah satu pokok pertimbangan konsumen dalam melakukan keputusan pembelian suatu produk. Jika perusahaan tidak peka terhadap apa yang dibutuhkan oleh konsumen, maka dapat dipastikan bahwa perusahaan akan kehilangan banyak kesempatan untuk menjaring konsumen dan produk yang ditawarkan akan sia - sia. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui faktor - faktor yang mempengaruhi strategi pemasaran pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional berdasarkan analisis SWOT dan untuk mengetahui tentang strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah yang dilakukan oleh BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional. Metode penelitian ini adalah deskriptif kualitatif. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini menggunakan tehnik observasi, wawancara, studi dokumentasi dan diskusi kelompok terarah. Kemudian dalam analisa data menggunakan analisis deskriptif yang dilakukan untuk mengidentifikasi strategi pemasaran produk pembiayaan murabahah pada BMT Assyafi'iyah Berkah Nasional di kotagajah yang berdasar kan analisis SWOT. Hasil dari penelitian yang dilakukan yaitu: 1) Strategi pemasaran khususnya pemasaran produk pembiayaan murabahah yang diterapkan oleh BMT Assyafi'iyah kotagajah meliputi beberapa strategi, yakni strategi jemput bola, membangun jaringan, memberikan *service excellent*, dan memberikan fasilitas yang memuaskan un.tuk meningkatkan kepercayaan dan kepuasan nasabah, sehingga nasabah yang ada tidak akan lari dari BMT. 2) Hasil analisis SWOT menyebutkan bahwa BMT Assyafi'iyah kotagajah sudah bisa bersaing di pasar persaingan yang kompetitif. Hasil analisis SWOT nya pun hampir memiliki kesamaan dengan BMT pada umumnya.

**Kata kunci:** analisis SWOT, Strategi pemasaran